NOVEMBER/DECEMBER 2024

23USCM34/23USCP34 — SERVICES MARKETING (SEC IV)

Time : Three hours Maximum : 75 marks

SHANMUGA INDUSTRIES ARTS & SCIENCE COLLEGE LIBRARY

SECTION A — (10 × 2 = 20 marks)

Answer ALL questions.

1. What do you mean by services marketing?
சேவைகள் சந்தைப்படுத்தல் என்றால் என்ன?

2. State the nature of services marketing.
சேவைகள் சந்தைப்படுத்தலின் தன்மையைக் கூறுக.

3. Give a short note on marketing mix.
சந்தைப்படுத்தல் கலவையில் ஒரு சிறு குறிப்பு எழுதுக.

4. Write short notes on capacity planning.
திறன் திட்டமிடல் பற்றிய சிறு குறிப்புகளை எழுதுக.

5. What is Positioning in Marketing?
சந்தைப்படுத்தல் நிலைப்பாடு என்றால் என்ன?

6. What is pricing of services?
சேவைகளின் விலை என்ன?

7. State the meaning of mass production in service marketing.
சேவை சந்தைப்படுத்தலில் வெகுஜன உற்பத்தியின் பொருளைக் குறிப்பிடவும்.

SECTION C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

16. Classify the different classifications of services.
சேவைகளின் பல்வேறு வகைப்பாடுகளை வகைப்படுத்தவும்.

17. Explain the factors affecting pricing decision in services marketing.
சேவைகள் சந்தைப்படுத்தலில் விலை நிர்ணயத்தை பாதிக்கும் காரணிகளை விளக்குக.

18. What do you mean by Market Segmentation? Explain the different bases for segmenting the tourist market?
சந்தைப் பிரிவு என்றால் என்ன? சுற்றுலாச் சந்தையைப் பிரிப்பதற்கான பல்வேறு அடிப்படைகளை விளக்குக.

19. Briefly explain the causes to custom gap.
வாடிக்கையாளர் இடைவெளிக்கான காரணங்களை சுருக்கமாக விளக்குக.

20. Describe the Indian service sector. Explain.
இந்திய சேவைத் துறையை விவரிக்கவும்.

———————

8. Define service quality.
சேவை தரத்தை வரையறுக்கவும்.

9. Write a note on marketing Medicare.
சந்தைப்படுத்தலில் மருத்துவம் பற்றிய குறிப்பை எழுதவும்.

10. What do you mean by e service quality?
மின் சேவையின் தரம் என்றால் என்ன?

SECTION B — (5 × 5 = 25 marks)

Answer ALL questions.

11. (a) Discuss the challenges in services marketing.
சேவைகளை சந்தைப்படுத்துவதில் உள்ள சவால்களைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

Or

(b) Differentiate between Goods and Services.
பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை வேறுபடுத்துக.

12. (a) Promotion of service offers cannot be carried out in isolation without promoting the service provider. Comment.
சேவை வழங்குநரை விளம்பரப்படுத்தாமல், சேவை சலுகைகளை மேம்படுத்துவது தனிமையில் மேற்கொள்ளப்பட முடியாது கருத்து எழுதவும் கூறுக.

Or

(b) Explain the different dimension in service marketing.
சேவை சந்தைப்படுத்தலில் உள்ள பல்வேறு பரிமாணங்களை விளக்குக.

13. (a) Discuss the Importance of Brand Positioning in The Marketing.
சந்தைப்படுத்தலில் பிராண்ட் நிலைப்படுத்தலின் முக்கியத்துவத்தைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

Or

(b) Explain the objectives of pricing of services.
சேவைகளின் விலை நிர்ணயத்தின் நோக்கங்களை விளக்குக.

14. (a) Do you feel that formation of quality circles is essential for total quality management?
மொத்த தர நிர்வாகத்திற்கு தர வட்டங்களை உருவாக்குவது அவசியம் என்று நினைக்கிறீர்களா?

Or

(b) Explain the different dimensions of total quality management.
மொத்த தர நிர்வாகத்தின் பல்வேறு பரிமாணங்களை விளக்குக.

15. (a) Discuss the importance of technology in service quality.
சேவை தரத்தில் தொழில்நுட்பத்தின் முக்கியத்துவத்தைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

Or

(b) "To improve the quality of medical services, an innovation in the product mix is a crying need of the hour" — Discuss this statement.
"மருத்துவ சேவைகளின் தரத்தை மேம்படுத்த, தயாரிப்பு கலவையில் ஒரு கண்டுபிடிப்பு என்பது காலத்தின் முக்கிய தேவை" – இந்த அறிக்கையைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.